

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *PRICE PERCEPTION*, *STORE*
ATMOSPHERE, DAN *BRAND LIKING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN TANGAN
(Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)**



SKRIPSI

Oleh:

TARI PUJI ASTUTI
12390080

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2016

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *PRICE PERCEPTION*, *STORE*
ATMOSPHERE, DAN *BRAND LIKING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN TANGAN
(Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu Ilmu Ekonomi Islam

Oleh:

TARI PUJI ASTUTI

12390080

PEMBIMBING:

JOKO SETYONO S.E., M.SI.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh labelisasi halal, *price perception*, *store atmosphere* dan *brand liking* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan (studi kasus konsumen warung bakso di Kota Yogyakarta). Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data. Pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen warung bakso bersertifikat halal di Kota Yogyakarta dengan sampel 120 responden. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS 22 untuk menguji data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) variabel labelisasi halal, *price perception*, *store atmosphere* dan *brand liking* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 36,70%. Secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal dan *store atmosphere* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung bakso di Kota Yogyakarta. Sedangkan variabel *price perception* dan *brand liking* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, *Price Perception*, *Store Atmosphere*, *Brand Liking*, Keputusan Pembelian, Konsumen Bakso.

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of halal labeling, price perception, store atmosphere and brand liking on purchasing decision of hand-processed food products (case study consumer meatball stall in the city of Yogyakarta). This study included field research category. This study uses quantitative data and uses the questionnaire as a data collection tool. The selection of the sample in this study are consumers meatball stall which halal certified in the city of Yogyakarta with 120 respondents. The selection of the sample with the “*purposive sampling*” method.

Analysis of the data in this study is using multiple linear regression analysis by SPSS 22 software to test the reseacrh data. The results showed that simultaneous (Test F) variable halal labeling, price perception, store atmosphere and brand liking influence on the decision amounted to 36.70%. Partially (Test t) indicates that the variable halal labeling dan store atmosphere have a significant positive effect on the decision meatball stall in the city of Yogyakarta. While the variable price perception and brand liking not significantly influence to the customer purchasing decisions.

Keywords: Halal Labeling, Price perception, Store Atmosphere, Brand Liking, Purchasing Decisions, Consumers meatball.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Tari Puji Astuti

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Tari Puji Astuti
NIM : 12390080
Judul Skripsi : **Pengaruh Labelisasi Halal, Price Perception, Store Atmosphere, dan Brand Liking terhadap keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Tangan (Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, November 2016
Pembimbing

Joko Setyono, SE, M. Si
NIP. 19730702 200212 1 003

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tari Puji Astuti
NIM : 12390080
Jurusan/Program Studi : Keuangan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Labelisasi Halal, *Price Perception*, *Store Atmosphere*, dan *Brand Liking* terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Tangan
(Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, November 2016

Yang menyatakan



Tari Puji Astuti
NIM. 12390080

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor :B-1685.5/Un.02/DEB/PP.05.3/11/2016

Skripsi dengan judul :

**Pengaruh Labelisasi Halal, *Price Perception*, *Store Atmosphere*, dan
Brand Liking terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan
Olahan Tangan
(Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Tari Puji Astuti
NIM : 12390080
Telah dimunaqasyahkan pada : 29 November 2016
Nilai Munaqasyah : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang



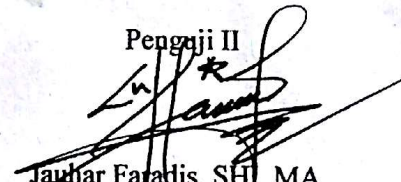
Joko Setyono, SE. M. Si
NIP. 1930702 200212 1 003

Penguji I



Drs. Akh. Yusuf Khoirudin, M.Si
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji II



Jahar Faradis, SHI, MA
NIP. 19840523 201101 1 008

Yogyakarta, 29 November 2016

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan,



Dr. H. Syafiq M. Hartafi, M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 0003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Saya yang bertandatangan di bawah ini:


Nama : Tari Puji Astuti
NIM : 12390080
Jurusan/Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Price Perception, Store Atmosphere, dan Brand Liking terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Tangan (Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Yogyakarta, 29 November 2016

Penyusun

Tari Puji Astuti
NIM. 12390080

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

Ayahanda dan Ibunda tercinta - Alh. Sarjiman dan Ngatini

Terima kasih yang tak terhingga ku haturkan kepada ayah dan ibu tercinta. Engkau alasan terbesarku sampai pada titik ini. Engkaulah sumber semangat, inspirasi, motivator serta sumber dari segala sumber di setiap langkah dalam hidupku untuk selalu berusaha menjadi lebih baik.

Terima kasih atas cinta, perhatian, nasehat, pengorbanan, dan do'a yang tidak pernah putus diberikan padaku. Semoga ini menjadi langkah awal tanda bakti dan hormatku membuat engkau bahagia. Dari alam sana, semoga ayah turut merasakan kebahagiaan ini.

-Karena melihat engkau bahagia adalah tujuan hidupku-

Adikku Tercinta - Fitri Ana Dwi Nur Hafifah

Untuk adikku tiada yang paling berharga kecuali saat kebersamaan kita, meski sering bertengkar, namun kamulah yang kusayangi dan tumbuhlah menjadi pribadi yang tangguh dan tetap menjadi adik terbaikku

Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيّدنا
محمّد وعلى آله وصحبه أجمعين أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد
أنّ محمدا عبده ورسوله

Segala puji bagi Allah *azza wa jalla*, penyusun panjatkan kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Baginda Rasulullah SAW, pembawa kebenaran dan petunjuk, berkat beliaulah kita dapat menikmati kehidupan yang penuh cahaya keselamatan. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapatkan syafa'at-Nya kelak, amin.

Atas izin Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dalam kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq M. Hanafi, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Keungan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Joko Setyono, SE, M.Si selaku pembimbing, yang penuh kesabaran memberikan arahan, nasehat, masukan, motivasi dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Drs. Slamet Khilmi, M,SI selaku Penasehat Akademik selama penulis menempuh studi di Jurusan Keuangan Islam
6. Segenap dosen Keuangan Syariah beserta staff yang telah mendidik, mengajari dan membantu selama menjadi mahasiswa.
7. Pemilik dan seluruh karyawan Warung Bakso Bethesda 74, Bakso Telkom Utomo, dan Bakso Pak To Joger yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
8. Orang Tuaku tercinta Alhm. Sarjiman dan Ngatini, Berkat Engkaulah aku sampai pada titik ini. Sumber dari segala sumber motivator dalam hidupku untuk selalu berusaha dan berjuang menjadi lebih baik.
9. Adik tersayang satu-satunya Fitri Ana Dwi Nur Hafifah, terimakasih atas dukungan dan do'anya.
10. Kedua simbahku: Mbok Ponijem, Pakwo Mujiyo, Mbok Rub, Pakwo Nur, terima kasih atas kasih sayang dan do'a yang tak pernah putus.
11. Seluruh keluarga besarku di Bantul, yang senantiasa memberikan do'a dan dukungannya.

12. Sahabat-sahabatku Power Ranger: Safitri Maharani, Noor Dwi Hasanah, Fatma Rini Suksma, Deni Cisna, dan Raditya Dimas yang selalu setia mendukung dan berjuang bersama-sama.
13. Keluarga Besarku KSR PMI Unit VII UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, menjadi seorang relawan bersama kalian menggoreskan banyak pengalaman dan cerita luar biasa yang sangat panjang untuk diceritakan.
14. Kine Klub Jama'ah Cinema Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang banyak memberikan hal baru dalam hidupku dengan cara yang berbeda.
15. Keluarga Mahasiswa Bantul, terimakasih persaudaraan kita jalin, semoga semakin banyak agen perubahan yang membangun tanah kelahiran kita dengan baik.
16. Sahabat PMII Rayon Asram Bangsa, bersama-sama kita mencari banyak ilmu dan pengalaman di dunia perkuliahan.
17. BEM Keuangan Islam, yang selalu berjuang bersama dan terus berusaha memberikan yang terbaik.
18. Komunitas Perempuan Syari'ah, yang telah memberikan banyak ketrampilan, pengalaman baru, serta arti sebuah perjuangan.
19. Muda – Mudi New Gen B Banyuripan, yang selalu memberi pengertian dan dukungan dalam setiap kegiatan
20. Purna Prakarya Muda Indonesia D.I Yogyakarta dan DPC kab. Bantul, terima kasih atas pengalaman baru yang luar biasa.
21. Rekan-rekan Ekspedisi NKRI 2015, perjalanan panjang kita mengabdikan diri untuk NKRI akan terkenang sampai kapanpun, terima kasih atas kekeluargaan yang kita bangun bersama.

22. Teman se-Nusantara Jambore Pemuda Indonesia, semoga *sillaturrahmi* kita selalu terjaga.
23. Mimooi Beautique crew, terima kasih atas kebersamaan kita. Yakin saja, kita besok akan sukses bersama dengan cara kita masing-masing.
24. Teman-teman kos GP dan kos Arum, kebersamaan dan kenangan kita akan memberikan banyak cerita.
25. Teman-teman kelompok KKN 89 Dusun Pandu, walaupun sangat singkat kebersamaan kita, kalian sudah seperti saudara.
26. Teman-teman KS (Keuangan Syariah) angkatan 2012, yang telah banyak memberikan dukungan dan masukan kepada penyusun, dan semua pihak yang membantu dan berpartisipasi dalam pelaksanaan skripsi hingga selesai.
27. Serta seluruh pihak yang telah berjasa baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya, penulis hanya dapat mendo'akan semoga Allah memberikan balasan yang terbaik. Penulisan skripsi ini tentunya masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap karya ini dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya bagi perkembangan Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 29 November 2016



Tari Puji Astuti
NIM. 12390080

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
TRANSLITERASI.....	xiv
HALAMAN MOTTO	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Telaah Pustaka.....	11
2.2 Kerangka Teori.....	19
2.2.1 Keputusan Pembelian	19
2.2.2 Labelisasi Halal	24
2.2.3 <i>Price Perception</i>	27

2.2.4	<i>Store Atmosphere</i>	31
2.2.5	<i>Brand Liking</i>	32
2.2.6	Produk.....	35
2.2.7	Keputusan Pembelian dalam Kajian Syari'ah.....	35
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.4	Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis dan Sifat Penelitian.....	40
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.3	Populasi dan Sampel.....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.6	Instrumen Pengumpulan Data.....	48
3.7	Teknis Analisis Data.....	49
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.8	Pengujian Instrumen Penelitian.....	49
3.8.1	Uji Validitas.....	49
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	51
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	51
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.8.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	52
3.8.4.1	Pengujian Hipotesis.....	53

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Deskriptif.....	56
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	62
4.2.1	Uji Validitas.....	62
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	66
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	67
a.	Uji Multikolenieritas.....	67
b.	Uji Heteroskedastisitas.....	68
c.	Uji Normalitas.....	70
4.2.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	72
4.2.4.1	Analisis Hipotesis.....	74
a.	Uji Simultan.....	74

b. Uji Koefisien Determinasi.....	75
c. Uji Parsial.....	76
4.3 Pembahasan.....	78
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	89
5.3 Saran.....	90
 DAFTAR PUSTAKA.....	 91
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ḏukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَفْنِ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءِ	ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْسِ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلِ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

MOTTO

berpikir positif dan selalu ingin tahu, berusaha berbuat yang terbaik dan tersenyumlah

Jika ada persimpangan, pikirkan dan pilihlah salah satu jalan, tapaki jalan itu dengan yakin. Nikmati dan cari sebanyak-banyaknya yang ada disana. Setelah sudah selesai cari jalan lagi untuk menuju persimpangan lain, karena jalan itu tak pernah ada ujungnya kecuali kematian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Data Pemeluk Agama Masyarakat DIY	4
Gambar 2.1: Tahap-Tahap Proses keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2: Logo Halal Resmi MUI.....	26
Gambar 2.3: Persepsi Harga.....	28
Gambar 2.4: Piramida <i>Brand Loyalty</i>	33
Gambar 4.1: Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas	71
Gambar 4.2: Hasil Uji Heterokedastisitas	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Tabel Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2	: Model Perilaku Konsumen.....	20
Tabel 4.1	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	: Profil Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3	: Profil Responden Berdasarkan Agama	58
Tabel 4.4	: Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.5	: Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Tabel 4.6	: Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Bakso.....	61
Tabel 4.7	: Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Label Halal	62
Tabel 4.8	: Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.9	: Hasil Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal	64
Tabel 4.10	: Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Perception</i>	64
Tabel 4.11	: Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	65
Tabel 4.12	: Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Liking</i>	66
Tabel 4.13	: Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.14	: Hasil Uji Multikolenieritas.....	68
Tabel 4.15	: Hasil Uji Heterokedastisitas	70
Tabel 4.16	: Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.17	: Tabel <i>Coefficiens</i>	72
Tabel 4.18	: Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.19	: Hasil Uji Koefisien Determinasi	75
Tabel 4.20	: Tabel Hasil Uji t.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Terjemahan Ayat Al-Qur'an
- Lampiran 2 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3 : Input Data Profil Responden
- Lampiran 4 : Input Data Kuisisioner
- Lampiran 5 : Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik, Uji T, Uji F Dan Uji Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel Uji F, Uji T, Dan Uji R
- Lampiran 8 : Curriculum Vitae
- Lampiran 9 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis terlihat semakin maju di setiap negara. Pada era globalisasi saat ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam segala bidang. Tidak terkecuali di Indonesia yang pesat sekali dalam perkembangan bisnis. Hal ini membuat persaingan dalam bisnis menjadi sangat ketat. persaingan tidak hanya terbatas secara lokal (daerah tertentu) dan nasional saja, namun sudah secara global, hal ini mengakibatkan semakin banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Oleh karena itu, seorang pebisnis harus jeli dalam melihat suatu peluang dan memanfaatkannya, karena dunia bisnis yang penuh dengan tantangan, persaingan dan kegairahan tidak selalu akan berakhir dengan suatu kesuksesan. Dunia bisnis juga dekat dengan kelesuan yang dapat menyebabkan naik turunnya suatu usaha. Kenyataannya menjadi pembisnis yang bertahan dan menang dalam suatu pasar sangatlah susah, terlebih pada konsumen yang mempunyai banyak kebutuhan dan keinginan dalam aktifitasnya.

Salah satu bisnis yang marak yaitu usaha kuliner/produk olahan tangan. Suatu bisnis usaha terutama dibidang kuliner harus mengeluarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Termasuk diantaranya menjadi pengusaha warung makan olahan tangan Bakso. Bakso merupakan salah satu makanan favorit di negeri ini. Selain harganya yang

terjangkau, juga rasanya yang nikmat. Sehingga tidak aneh jika bakso dinikmati oleh semua kalangan. Pecinta bakso di tanah air sudah tidak terhitung jumlahnya. Sangat mudah menemukan gerai bakso di berbagai tempat, lantaran menu ini sudah akrab di lidah masyarakat. Itu sebabnya, bisnis bakso terus bermunculan termasuk di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Semakin maraknya warung-warung bakso mengharuskan pengusaha menetapkan strategi-strategi yang tepat agar produk dapat bersaing di pasaran, sehingga dapat menjadikan / mempengaruhi konsumen memiliki alasan untuk mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari beberapa tahap mulai dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilakukan konsumen (Kotler dan Keller, 2009: 234).

Hal-hal yang dapat menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk diantaranya pencantuman label halal, persepsi konsumen tentang harga yang di tawarkan, suasana tempat yang digunakan untuk berjualan dan kesukaan seseorang terhadap suatu produk tersebut.

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada produk untuuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai label halal. Di Indonesia lembaga yang otoritatif melaksanakan Sertifikasi Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis

di tangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan, dan Kosmetika (LPPOM). Sedangkan kegiatan labelisasi halal dikelola oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM). Di Indonesia peraturan yang bersifat teknis yang mengatur masalah pelabelan halal antara lain keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI No. 427/MenKes/SKBMTI/1985 (No. 69 Tahun 1985) tentang Pencantuman Tulisan Halal Pada Label Makanan (Iranita, 2010).

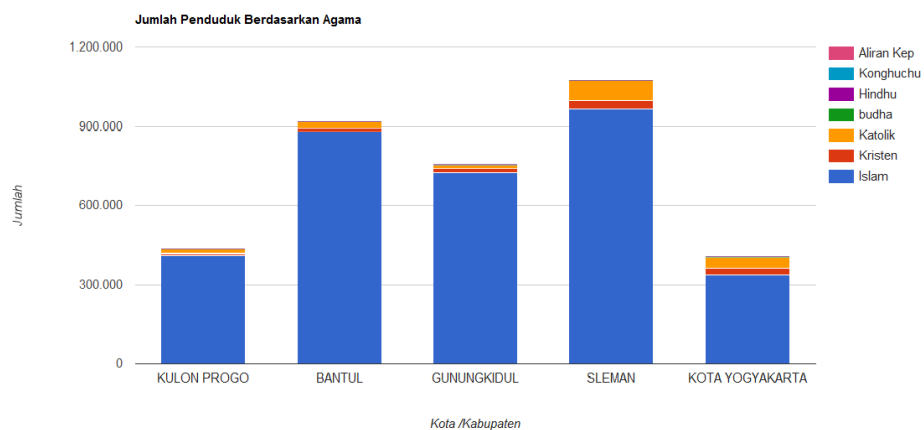
Campuran daging sapi dengan babi ini ditemukan saat pengambilan sampel yang dilakukan Balai Pengembangan Bibit Pakan Ternak dan Diagnostik Kehewan (BPBPTDK) DIY pada akhir 2015. Saat menyampaikan hasil penelitian ke Pemkab Bantul juga diketahui temuan campuran daging sapi dan babi juga ada di Gunungkidul (SindoNews, 25 januari 2016).

Selain itu berita lain menyebutkan Petugas Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian (Disperindagkoptan) Kota Yogyakarta menggagalkan upaya pengoplosan daging sapi dan celeng di salah satu pasar tradisional. Ini terungkap dalam razia yang dilakukan Kasi Bimbingan Usaha Budidaya Disperindagkoptan Kota Yogyakarta, pihaknya menyita 5 kilogram daging babi milik pedagang di salah satu pasar tradisional. Namun, pedagang langsung melarikan diri ketika mengetahui ada pengawasan. Daging itu diduga hendak digiling bersama daging sapi untuk dijadikan bakso (SindoNews, 8 Juli 2015).

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang cukup tinggi. Hal ini dapat menjadi peluang bagi produsen makanan dan minuman yang tidak

memperhatikan aspek kehalalan suatu produk. Masih banyak produk makanan khususnya olahan tangan yang tidak mencantumkan label halal pada produknya sehingga dapat menyebabkan kebingungan dalam pemilihan produk dan keputusan pembelian konsumen atau bahkan mencantumkan tulisan halal saja bukan resmi dari MUI atau BPPOM. Terutama pada produk makanan olahan tangan bakso yang sampai saat ini sering muncul berbagai macam isu tentang kehalalannya.

Hal tersebut terlebih dirasakan konsumen muslim, mengingat jumlah penduduk Indonesia menurut hasil sensus penduduk Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010, tercatat sebanyak 207.176.162 penduduk Indonesia memeluk Agama Islam. Hal tersebut menunjukkan 87,18 % dari keseluruhan penduduk. Sedangkan untuk DIY jumlah pemeluk agama Islam berdasarkan data yang diperoleh dari kependudukan DIY pada semester II tahun 2015 berjumlah 3.323.528, seperti tergambar pada diagram berikut:



Gambar 1.1 . Data pemeluk agama masyarakat DIY sem.II tahun 2015

Pertimbangan lain setelah mengetahui kehalalal suatu produk yaitu *Price Perception* atau persepsi harga. *Perception* adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti (Kotler dan Keller, 2009: 181). Persepsi konsumen terhadap suatu produk menjadi pertimbangan dalam memilih produk yang akan dibeli. *Price perception* berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Persepsi harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa (Zeithaml, 1988).

Selain persepsi tentang harga suatu produk, hal-hal yang berhubungan dengan suasana tata toko/tempat usaha (*store atmosphere*) juga menjadi sesuatu yang dipertimbangkan konsumen. Tempat usaha dapat didesain sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa nyaman dan aman di dalam diri konsumen sehingga ia bersedia melaksanakan keputusan pembeliannya. Dengan kata lain, *store atmosphere* bisa mempengaruhi perasaan atau mood dari para konsumen yang berkunjung tertarik untuk melakukan keputusan pembelian (Aminudin, 2015: 704).

Hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan melakukan pembelian yaitu *brand liking*. Menurut Durianto et al (2001) *Brand liking* atau kesukaan terhadap suatu merek adalah pelanggan yang masuk dalam kategori *liking of the brand* yaitu pelanggan yang sungguh-sungguh menyukai merek tersebut, sehingga pada tingkatan ini dijumpai perasaan emosional yang terkait pada merek sehingga bisa

membentuk sebuah sikap yang pada akhirnya mempengaruhi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang mendukung yaitu Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan *Store Atmosphere* terhadap Pengambilan Keputusan Beli. Hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel persepsi harga dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli di toko Syar'e Mart UII, sedangkan variabel produk dan promosi tidak berpengaruh signifikan (Huda, 2013: 60).

Penelitian lain yaitu Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan. Hasil penelitian disimpulkan berdasarkan pada penilaian terhadap minat beli, bahwa mayoritas konsumen di kecamatan perbaungan setuju kalau dengan adanya label halal yang tertera di dalam kemasan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen (Syahputra dan Hamoraon: 486).

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian yang ada maka perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dipaparkan adalah penambahan variabel dan objek penelitian. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini menggunakan variabel labelisasi halal, *price perception*, *store atmosphere* dan *brand liking* sebagai variabel independen dikarenakan dalam beberapa penelitian terdahulu belum ada yang menggabungkan variabel-variabel diatas menjadi satu variabel. Selain itu objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk makanan olahan tangan khususnya bakso, dimana penelitian-penelitian banyak

meneliti tentang makanan kemasan ataupun *fastfood*. Dengan adanya penelitian ini, dapat menjadi gambaran baru mengenai pandangan masyarakat saat memutuskan akan membeli bakso.

Berdasarkan latar belakang telah dikemukakan sebelumnya, maka penyusun tertarik menyusun sebuah penelitian yang berjudul “**Pengaruh Labelisasi halal, *Price Perception*, *Store Atmosphere*, dan *Brand Liking* terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Tangan (Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan?
2. Bagaimana pengaruh *price perception* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan?
3. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan?
4. Bagaimana pengaruh *brand liking* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan
- b. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *price perception* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan
- c. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan
- d. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *brand liking* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis atau peneliti dapat dijadikan pengetahuan mengenai hal-hal yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pembelian.
- 2) Bagi pemilik usaha dapat menjadi salah satu pertimbangan mengenai faktor-faktor tertentu ataupun strategi yang dilakukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
- 3) Bagi lembaga pendidikan / akademisi dapat dijadikan bahan wacana dan pustaka bagi pihak yang tertarik meneliti bidang yang sama.
- 4) Bagi masyarakat umum dapat menjadi gambaran ataupun informasi sebelum memutuskan melakukan pembelian produk olahan tangan.

2. Manfaat Teoritis

- 1) Sebagai acuan penelitian yang sejenis dan pengembangan penelitian yang berhubungan dengan keputusan pembelian selanjutnya.
- 2) Sebagai pengembangan mengenai teori keputusan pembelian konsumen dan pemasaran pada umumnya.

1.5. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan memberikan gambaran alur berpikir penyusun mulai awal penelitian hingga akhir penelitian. Sistematika penelitian ini terdiri dari lima bab bahasan sebagai berikut :

Bab pertama, bagian ini berupa pendahuluan. Bagian pendahuluan ini merupakan gambaran umum penulisan penelitian ini. Pendahuluan terdiri dari latar belakang yang menjelaskan mengapa penelitian ini dilakukan, pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian yang merupakan gambaran tujuan yang ingin dicapai oleh penyusun baik berupa manfaat secara akademik, manfaat praktis maupun kontribusi kebijakan, serta sistematika pembahasan yang merupakan gambaran secara singkat alur penyusunan penelitian ini.

Bab kedua dalam penelitian ini berupa landasan teori dari penelitian yang akan dilakukan. Bab kedua ini terdiri dari beberapa sub bab, antara lain : telaah pustaka yang berisikan kutipan-kutipan teori serta hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, landasan teori sendiri menjadi acuan dalam pengembangan dalam pembahasan penelitian

yang akan dilakukan serta pengembangan hipotesis yang akan diteliti selanjutnya.

Bab ketiga berisi mengenai paparan metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian tersebut akan menjelaskan mulai dari jenis penelitian apa yang akan dilakukan, sampel, populasi, teknik pengumpulan data, hingga teknik analisis apa yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Bab keempat terdiri dari uraian analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan pembahasan lebih lanjut dari hasil penelitian tersebut.

Bab kelima merupakan penutup yang berisikan kesimpulan yang menjadi jawaban dari pokok masalah dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian yang berisi kekurangan penyusun dalam melakukan penelitian ini serta saran yang diberikan penyusun untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Labelisasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan olahan tangan di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 4,679 dan nilai t tabel 1,980 pada tingkat signifikansi 0,000. Konsumen memandang labelisasi halal menjadi hal yang penting pada makanan olahan tangan khususnya bakso dikarenakan bakso sangat rentan dengan *issue* ketidakhalalannya. Dengan membeli makanan berlabel halal resmi MUI konsumen merasa yakin dan puas.
2. *Price perception* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 1,439 dan nilai t tabel 1,980 dengan tingkat signifikansi 0,153. Tidak berpengaruhnya persepsi harga di benak konsumen dikarenakan mayoritas konsumen kondisional pada saat melakukan pembelian bakso bahkan konsumen berpindah-pindah mencoba warung bakso dengan yang lain. Selain itu, konsumen melakukan pembelian dikarenakan terdapatnya label halal pada papan nama warung bakso.

3. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 2,894 dan nilai t tabel 1,980 dengan tingkat signifikansi 0,005. Suasana toko yang disajikan akan menimbulkan rasa nyaman dalam benak konsumen. Tingkat kebersihan dan kerapihan toko juga menjadi aspek penting. Selain itu, fasilitas yang ada juga mempengaruhi *mood* dari pada konsumen.
4. *Brand liking* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan tangan di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 1,034 dan nilai t tabel 1,980 dengan tingkat signifikansi 0,303. Konsumen yang mempunyai rasa suka pada merek tertentu tergolong rendah. Hal tersebut dikarenakan banyak dari konsumen yang sekedar mencoba warung bakso satu dengan yang lain. Selain itu, konsumen yang notabene sudah menjadi pelanggan, memutuskan melakukan pembelian dikarenakan rasa nyaman terhadap warung bakso tertentu, bukan didasarkan nama toko/mereknya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Pengambilan sampel hanya terbatas pada konsumen warung bakso bersertifikat halal di Kota Yogyakarta, dimana dalam penelitian ini diambil 6 warung bakso.

2. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner dan wawancara yang tidak terstruktur tanpa daftar pertanyaan tertulis dan hanya secara lisan.

5.3 Saran

1. Bagi pemilik usaha

Berdasarkan hasil dalam penelitian, labelisasi halal dan *store atmosphere* berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian. Sebaiknya pemilik usaha lebih mempertahankan sertifikasi label halal MUI dan terus memperbaiki hal-hal yang menambah menarik toko.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Sebaiknya sampel yang digunakan tidak hanya pada konsumen warung bakso karena yang tergolong makanan olahan tangan masih banyak lagi jenisnya, sehingga penelitian yang dilakukan lebih obyektif. Selanjutnya variabel yang digunakan juga dapat ditambah dan melakukan wawancara dengan konsumen/produsen langsung menggunakan daftar pertanyaan yang terstruktur supaya data yang diperoleh lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Durianto, dkk. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Utama
- Ghazali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Indriantoro, N. Supomo, B. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua Belas), cetakan ketiga. Indeks. Terjemahan Anonimous Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.
- Malik,&Yaqoob,& Aslam. 2012. *The Impact of Price Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study Of Hospitality Industry In Pakistan Interdisciplinary, Journal Of Contemporary Research In Business Vol 4, No. 5*
- Monree K.B. 1990. *Pricing, Making Profitable Decision*. McGrawHill.Irwin
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Peter, Paul J., Jerry C.Olson. 2010. *Customer Behavior and Marketing Strategy 9th Edition*. McGrawHill
- Prof.Dr.Hamka. 2015. *Tafsir Al-Azhar*. Jakarta: Gema Insani
- Santoso, S. 2000. *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia
- Sayyid Quthb. 2000. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an (Di Bawah Naungan Al-Qur'an) Jilid 1*. Jakarta: Gema Insani

- Sayyid Quthb. 2002. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an (Di Bawah Naungan Al-Qur'an) Jilid 3*. Jakarta: Gema Insani
- Sayyid Quthb. 2003. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an (Di Bawah Naungan Al-Qur'an) Jilid 7*. Jakarta: Gema Insani
- Schiffman, L & Kanuk, L.L. 2007. *Consumer Behavior 6 th Edition*. Prentice Hall. New Jersey
- Sugiarto, dkk. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B)*. Bandung: Alfabeta
- Zeithaml, V, A & Bitner, M, J & Gremler, D, D. 2009. *Service Marketing (Edisi Lima)*. Mc Graw Hill. United States of America

Skripsi dan Jurnal

- Aditya Utama Putra (2014). *Analisis Pengaruh Brand Liking, Subjective Norm, Attitude Toward Brand Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon. *Pengaruh labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan vol 2, No. 8*
- Danar Tarunaning Abadi (2010). *Analisis Brand Liking dan Brand Loyalty Produk Speedy pada PT.TELKOM Surakarta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Dewi Garnis (2010). *Pengaruh Brand Predictability, Brand Liking, Brand Competence, Brand Reputation, dan Trust In The Company terhadap Brand Loyalty serta Trust In A Brand sebagai Variabel Mediasi pada Produk Kecantikan Pond's*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Eri Agustian dan Sujana (2013). *Pengaruh Analisa Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Produk Wall's Conello)*. Bogor: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan
- Iranita (2010). Jurnal "Pengaruh Labelisasi Halal Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi". Riau: Universitas Maritim Raja Ali Haji
- Lucky Aminudin (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC Mega Mas Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi

Luh Alviolita Kusuma Nusarika dan Ni Made Purnami (2015). *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar)*. Bali: Universitas Udayana Vol.4, No.8

Nurul Huda (2013). *Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan Store Atmosphere terhadap Pengambilan Keputusan Beli (Studi kasus di toko Syar'e Mart UII)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Timothy Joshua dan Eddy Haryadi (2013). Analisis pengaruh *brand image, price perception, dan service loyalty* pada pelanggan Urban Kitchen. Jakarta: Universitas Atma Jaya Jakarta vol.1 No.1

Titi Ernawati (2015). *Pengaruh Label Halal dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah

Yeni Marlina (2015). *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada RM. Sederhana By Pass*. Padang: Universitas Tamansiswa Padang

Internet

www.kependudukanjogjapro.go.id diakses pada tanggal 22 April 2016

www.SindoNews.com diakses pada tanggal tanggal 06 September 2016

LAMPIRAN-
LAMPIRAN

Lampiran1

TERJEMAHAN

No	Halaman	Sumber Rujukan	Terjemahan
1.		Q.S Al-A'raf (7) : 157	“(Yaitu) orang-orang yang mengikut Rasul, Nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma’ruf danmelarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al-Qur’an), mereka itulah orang-orang yang beruntung”.
2.		Q.S Al-Baqarah (2) : 168	“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.
3.		Q.S Al-Maidah (5) : 100	“Katakanlah: “Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan”.
4.		Q.S An-Nahl (16) : 114	“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”.



KUESIONER

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *PRICE PERCEPTION*, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *BRAND LIKING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MAKANAN OLAHAN TANGAN
(Studi Kasus Konsumen Warung Bakso di Kota Yogyakarta)**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden Penelitian

Di Yogyakarta

Sebelumnya saya minta maaf, sudah mengganggu aktivitas Bapak/Ibu/Saudara/i. Demi tercapainya penelitian ini, maka penyusun memohon kesediaan untuk membantu mengisi angket yang telah disediakan (terlampir berikut ini). Penyusunan penelitian ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat untuk dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada program Studi Keuangan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam rangka mendapatkan data-data dan informasi yang mendukung kelancara penelitian, penyusun memohon kepada para responden agar dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini yangakhirnya dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha warung bakso di Yogyakarta. Atas kerjasama dan kesediaannya saya mengucapkan terima kasih. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Peneliti,

Tari Puji Astuti

NIM.12390080

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. NAMA :
2. JENIS KELAMIN
 - a. PRIA
 - b. WANITA
3. USIA :.....tahun
4. AGAMA :
5. PEKERJAAN :
6. PENDAPATAN
 - a. < Rp.1.500.000
 - b. Rp. 1.500.000 - < Rp.3.000.000
 - c. Rp. 3.000.000 - < Rp. 4.500.000
 - d. > Rp. 4.500.000
7. FREKUENSI PEMBELIAN BAKSO DALAM SEBULAN
 - a. < 4 kali
 - b. 4-7 kali
 - c. 8-10 kali
 - d. > 10 kali

II. PERTANYAAN

Apakah anda mengetahui label halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)?



- a. Ya
- b. Tidak

III. PETUNJUK PENELITIAN

Untuk pertanyaan dibawah ini pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling tepat sesuai dengan pengalaman anda sebagai konsumen dengan cara memberi tanda *checklist* (v) pada kolom yang disediakan sesuai dengan penilaian anda.

Keterangan:

- | | | |
|--------------------|-------------------|---------------------------|
| SS : Sangat Setuju | N : Netral | STS : Sangat Tidak Setuju |
| S : Setuju | TS : Tidak Setuju | |

IV. DATA PERTANYAAN VARIABEL

KEPUTUSAN PEMBELIAN						
NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Label halal menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli bakso					
2	Saya memperhitungkan kesesuaian harga dengan kemampuan finansial					
3	Saya lebih yakin apabila membeli bakso pada warung tertentu					
4	Saya membeli bakso karena tertarik melihat <i>design</i> warung bakso tersebut					
5	Saya akan datang kembali pada warung bakso yang pernah saya datangi					

LABELISASI HALAL						
NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Memilih warung bakso yang mencantumkan label halal adalah prioritas utama					
2	Label halal membuat yakin bahan dan cara pembuatan benar-benar halal untuk dikonsumsi					
3	Saya mencari label halal resmi MUI pada papan nama warung saat membeli bakso					
4	Label halal yang tertera mempengaruhi saya untuk membeli bakso di warung tersebut					
5	Saya cepat memutuskan pembelian apabila label halal dicantumkan					

PRICE PERCEPTION						
NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama saat melakukan pembelian bakso					
2	Saya tertarik mencoba warung bakso yang menawarkan harga yang lebih murah					
3	Saya memilih warung bakso yang harganya setara dengan warung bakso lain					
4	Harga yang dikeluarkan harus setara dengan imbal balik kualitas yang didapatkan konsumen					
5	Karena pertimbangan kualitas di warung tertentu, harga tidak terlalu diperhitungkan					

STORE ATMOSPHERE						
NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Kebersihan dan kerapihan warung bakso merupakan hal yang penting					
2	Pencahayaan membuat warung menarik dan nyaman					
3	Saya merasa senang dengan fasilitas yang disediakan					
4	Tata letak alat serta <i>design</i> ruangan enak untuk dipandang					
5	Membeli bakso di warung tersebut karena tertarik melihat tampilan dari luar					

BRAND LIKING						
NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Terdapat rasa suka apabila membeli bakso di warung yang berlalel halal					
2	Lebih percaya pada warung bakso tertentu apabila ingin membeli bakso					
3	Muncul rasa puas apabila membeli bakso di warung bakso tertentu					
4	Terjadi perubahan tingkat kepuasan apabila membeli bakso di warung yang lain					
5	Tetap membeli di warung bakso yang digemari walaupun harganya yang lebih mahal dari yang lain					

Lampiran 3

INPUT DATA PROFIL RESPONDEN

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	AGAMA	PEKERJAAN	PENDAPATAN	FREKUENSI	MENGETI LABEL MUI
1	Hastriratna	Perempuan	25	Islam	Wiraswasta	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
2	Bunga Dita	Perempuan	22	Islam	Karyawan Swasta	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
3	Faradina	Perempuan	26	Islam	Swasta	3.000.000 - < 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
4	A. Desi	Perempuan	36	Katolik	Wiraswasta	3.000.000 - < 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
5	Eliz	Perempuan	23	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
6	Agnes Indrati Sane	Perempuan	20	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	> 10 kali	Ya
7	Geraldvs Kevin	Laki-Laki	16	Katolik	Pelajar	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
8	Jeni Melinda	Perempuan	19	Katolik	Mahasiswa	1.500.000 - < 3.000.000	4 - 7 kali	Ya
9	Sutini Sri Lestari	Perempuan	47	Kristen	PNS	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
10	Ridwan	Laki-Laki	43	Islam	Swasta	> 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
11	Dewi	Perempuan	43	Kristen	Ibu Rumah Tangga	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
12	Panji Laksono	Laki-Laki	30	Islam	Wiraswasta	3.000.000 - < 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
13	Henri Yulianto	Laki-Laki	46	Islam	Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	4 - 7 kali	Ya
14	Baskoro	Laki-Laki	56	Islam	Swasta	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
15	Indah	Perempuan	40	Islam	Dosen	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
16	Syela Evita	Perempuan	18	Islam	Freelance MUA	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
17	Wati Hartana	Perempuan	50	Islam	Wiraswasta	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
18	Tina	Perempuan	37	Islam	Swasta	> 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
19	Neneng	Perempuan	36	Islam	Karyawan Swasta	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
20	Siti	Perempuan	31	Islam	Wiraswasta	> 4.500.000	8 - 10 kali	Ya
21	Olivera	Perempuan	29	Katolik	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
22	Sarmiji	Laki-Laki	55	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
23	Jon Paul Irwan	Laki-Laki	34	Islam	Seniman	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
24	Lisa Ardiani	Perempuan	34	Kristen	Wiraswasta	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
25	Anto	Laki-Laki	41	Islam	Wiraswasta	> 4.500.000	8 - 10 kali	Ya

26	Endang Murniati	Perempuan	54	Islam	Swasta	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
27	Agus	Laki-Laki	42	Islam	Swasta	3.000.000 - < 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
28	Bobi Setiawan	Laki-Laki	56	Islam	Wirausaha	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
29	Dr. X	Laki-Laki	73	Islam	Dokter	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
30	Yohanes	Laki-Laki	65	Katolik	Pensiunan	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
31	Amin Setiawan	Laki-Laki	34	Islam	Karyawan Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
32	Febiola Yovita	Perempuan	18	Kristen	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
33	Dian Widyastuti	Perempuan	24	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
34	Andriana Faliha	Perempuan	22	Islam	Pegawai Tidak Tetap	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
35	Damai	Perempuan	25	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
36	Erna	Perempuan	25	Islam	Swasta	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
37	M.Kholid Faturrohman	Laki-Laki	15	Islam	Pelajar	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
38	Arifah fatmalina Yusuf	Perempuan	18	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
39	Safitri Maharani Yusuf	Perempuan	21	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
40	Ulfa Faridah	Perempuan	50	Islam	Ibu Rumah Tangga	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
41	Layla Rahmadiana	Perempuan	22	Islam	Mahasiswa	1.500.000 - < 3.000.000	4 - 7 kali	Ya
42	Ilma Fatimah	Perempuan	23	Islam	Mahasiswa	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
43	Edy Yusuf Nur Samsu S.	Laki-Laki	48	Islam	Dosen	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
44	Ina	Perempuan	40	Islam	Wiraswasta	3.000.000 - < 4.500.000	> 10 kali	Ya
45	Nimas	Perempuan	14	Islam	Pelajar	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
46	Sugi	Laki-Laki	40	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
47	Putri Lijian Dede	Perempuan	21	Hindu	Mahasiswa	< 1.500.000	> 10 kali	Ya
48	Feri Putra Ardiansyah	Laki-Laki	26	Islam	Wiraswasta	3.000.000 - < 4.500.000	> 10 kali	Ya
49	Suwardoyo	Laki-Laki	53	Islam	PNS	> 4.500.000	< 4 kali	Ya

50	Irvinda Helda	Perempuan	24	Islam	Mahasiswa	1.500.000 - < 3.000.000	4 - 7 kali	Ya
51	Sakti	Laki-Laki	20	Katolik	Mahasiswa	< 1.500.000	> 10 kali	Ya
52	Ika Ratnasari	Perempuan	27	Islam	Wiraswasta	3.000.000 - < 4.500.000	8 - 10 kali	Ya
53	Aditya Budi Kusuma	Laki-Laki	31	Islam	Swasta	> 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
54	Dini	Perempuan	38	Islam	Swasta	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
55	Nurlela	Perempuan	19	Islam	Pelajar	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
56	Nur Rahmad	Laki-Laki	28	Islam	Swasta	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
57	Yogo	Laki-Laki	33	Islam	Swasta	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
58	Didit Eryanto	Laki-Laki	33	Islam	Swasta	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
59	Erik	Laki-Laki	25	Islam	Swasta	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
60	Ani	Perempuan	33	Islam	Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	4 - 7 kali	Ya
61	Ririn	Perempuan	34	Islam	Karyawan Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
62	Ridasari Surbakti	Perempuan	24	Islam	Mahasiswa	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
63	Eriska	Perempuan	22	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
64	Sasa	Perempuan	22	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
65	Bambang Andri G.	Laki-Laki	27	Islam	Karyawan Swasta	> 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
66	Isna	Perempuan	19	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
67	Ardian Vidhianov P.	Laki-Laki	21	Islam	Mahasiswa	3.000.000 - < 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
68	Silvia Anggreani	Perempuan	25	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
69	Vinda Setyaningsih	Perempuan	25	Islam	Mahasiswa	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
70	Rio	Laki-Laki	21	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
71	Lina Nur Latifah	Perempuan	22	Islam	Customer Service	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
72	Septri Kismarini	Perempuan	22	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
73	Laksminta Sasti	Perempuan	24	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
74	Endah	Perempuan	22	Islam	Karyawan Swasta	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
75	Gatot	Laki-Laki	50	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
76	Ahmad	Laki-Laki	42	Islam	Wiraswasta	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
77	Fitriana	Perempuan	22	Islam	Wiraswasta	< 1.500.000	> 10 kali	Ya
78	Eni	Perempuan	37	Islam	Karyawan Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	4 - 7 kali	Ya
79	Rina	Perempuan	26	Islam	Karyawan Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	4 - 7 kali	Ya

80	seli	Perempuan	39	Islam	Karyawan Swasta	> 4.500.000	> 10 kali	Ya
81	Doni Sofa	Laki-Laki	38	Islam	Wiraswasta	> 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
82	Hanung	Laki-Laki	33	Islam	Swasta	3.000.000 - < 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
83	Tuti	Perempuan	30	Islam	PNS	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
84	Naila Karima	Perempuan	23	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
85	Dyah Kusuma Wardani	Perempuan	23	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
86	Arliani Putri	Perempuan	22	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
87	Fairuz khairunnisa	Perempuan	12	Islam	Pelajar	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
88	Raja Jusmartinah	Perempuan	44	Islam	Dosen	3.000.000 - < 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
89	AP	Laki-Laki	23	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
90	Atsmarina Awanis	Perempuan	23	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
91	Siti Hanifah	Perempuan	22	Islam	Karyawan Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
92	Aflaha Rara	Perempuan	22	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
93	Gusti Abdi Rahman	Laki-Laki	20	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
94	Ananda Riyanti M.	Perempuan	12	Islam	Pelajar	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
95	Asdi	Laki-Laki	48	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
96	Yuni Lestanti	Perempuan	44	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
97	Tri Maryati	Perempuan	41	Islam	Guru	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
98	Diding Anjasmara	Laki-Laki	19	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
99	Siti Nur Naimah	Perempuan	38	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
100	Sugeng	Laki-Laki	46	Islam	Swasta	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
101	Tumini Tris	Perempuan	46	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
102	Mustoif	Laki-Laki	31	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
103	Rini Windarti	Perempuan	54	Katolik	PNS	> 4.500.000	< 4 kali	Ya
104	Dayat	Laki-Laki	22	Islam	Mahasiswa	> 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
105	Sugeng Haryono	Laki-Laki	40	Kristen	Driver	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
106	Fitriani	Perempuan	22	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	4 - 7 kali	Ya
107	Apri	Laki-Laki	50	Islam	Pedagang	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
108	Maltuf	Laki-Laki	28	Islam	Karyawan Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya

109	Diah	Perempuan	23	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
110	Suryadi	Laki-Laki	24	Islam	Mahasiswa	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
111	Alfansi	Laki-Laki	29	Islam	Guru	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
112	Dyah Ayu Widiasih	Perempuan	47	Islam	PNS	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
113	Edi Wahyuno	Laki-Laki	42	Islam	Swasta	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
114	Rahayu	Perempuan	63	Islam	Apoteker	> 4.500.000	4 - 7 kali	Ya
115	Arifin S	Laki-Laki	37	Islam	Swasta	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
116	Jyo	Laki-Laki	30	Islam	Honorar	< 1.500.000	< 4 kali	Ya
117	Ngatini	Perempuan	42	Islam	Karyawan Swasta	1.500.000 - < 3.000.000	< 4 kali	Ya
118	Doni	Laki-Laki	32	Islam	Swasta	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
119	April	Perempuan	26	Islam	Swasta	3.000.000 - < 4.500.000	< 4 kali	Ya
120	Kuncoro Aji Kusumo	Laki-Laki	41	Kristen	Swasta	> 4.500.000	> 10 kali	Ya

Lampiran 4

INPUT DATA KUISIONER

NO	h1	h2	h3	h4	h5	ttl	p1	p2	p3	p4	p5	ttl	s1	s2	s3	s4	s5	ttl	b1	b2	b3	b4	b5	ttl	y1	y2	y3	y4	y5	ttl
1	5	5	5	5	5	25	3	2	3	5	3	16	3	3	3	3	3	15	5	5	3	4	4	21	5	5	5	3	4	22
2	5	5	4	5	3	22	4	2	2	5	4	17	5	4	4	4	3	20	5	5	5	3	4	22	5	4	5	3	4	21
3	5	5	5	5	5	25	2	4	2	5	4	17	5	3	4	4	3	19	5	4	5	4	4	22	5	4	5	2	4	20
4	3	4	3	3	3	16	4	3	3	5	5	20	5	5	4	4	3	21	3	4	4	4	5	20	3	4	4	2	4	17
5	5	4	5	4	4	22	4	3	4	4	4	19	5	4	3	3	4	19	5	5	4	4	4	22	5	4	4	3	4	20
6	5	4	3	3	3	18	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	4	4	5	4	5	22	5	5	5	4	4	23
7	3	4	3	4	2	16	3	2	2	5	5	17	4	4	4	4	1	17	4	5	5	5	5	24	4	1	5	1	5	16
8	3	4	3	4	3	17	4	4	2	4	4	18	5	4	4	3	2	18	3	4	5	5	4	21	4	4	5	3	4	20
9	4	3	3	3	3	16	4	3	3	4	3	17	5	4	4	4	3	20	3	3	4	3	4	17	3	4	4	3	3	17
10	5	5	5	5	5	25	4	2	3	4	5	18	4	3	3	3	2	15	5	4	5	4	5	23	5	4	4	2	5	20
11	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
12	1	2	2	2	1	8	2	2	2	5	4	15	5	4	4	3	3	19	2	4	3	2	4	15	3	2	3	1	4	13
13	4	4	4	4	4	20	4	4	3	5	3	19	4	5	4	5	3	21	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25	3	1	4	4	3	15	5	3	3	3	1	15	5	5	5	5	4	24	5	3	4	1	2	15
15	5	5	3	5	5	23	3	5	5	5	4	22	5	5	5	5	3	23	5	3	3	3	4	18	5	5	5	5	3	23
16	5	5	5	5	5	25	2	2	3	5	5	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	4	22	5	5	5	3	3	21
17	3	3	3	3	3	15	4	1	2	5	5	17	5	4	3	2	2	16	3	4	4	4	4	19	4	4	5	2	4	19
18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	5	5	21	4	3	3	2	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	5	19
19	5	5	5	4	5	24	4	2	2	4	5	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23
20	4	5	5	4	5	23	3	3	3	5	4	18	4	3	3	4	3	17	3	4	4	3	5	19	5	4	4	4	5	22
21	3	4	3	3	3	16	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	21	3	4	4	4	4	19
22	5	5	5	5	4	24	4	2	4	4	4	18	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21
23	4	4	4	4	3	19	4	3	3	4	3	17	5	4	4	5	4	22	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	4	20
24	1	4	1	1	1	8	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	4	24	2	4	4	4	4	18	1	5	5	4	4	19
25	5	5	4	5	5	24	4	2	3	4	4	17	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23

26	3	4	3	3	3	16	2	2	2	4	4	14	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19	4	2	4	2	5	17
27	5	5	4	3	3	20	2	2	2	4	4	14	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19	5	5	4	3	4	21
28	4	4	3	4	3	18	3	2	2	4	4	15	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19	4	3	4	3	4	18
29	5	5	5	5	5	25	5	1	1	1	1	9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
30	2	2	2	3	2	11	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	3	3	3	3	4	16
31	4	5	3	4	5	21	3	3	2	5	4	17	5	4	4	4	3	20	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	3	19	5	3	3	5	3	19	5	5	4	4	3	21	4	3	3	3	4	17	4	4	3	2	4	17
33	5	5	4	4	4	22	5	3	4	4	4	20	5	5	5	3	2	20	5	5	5	3	3	21	4	4	4	2	4	18
34	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	19
35	5	5	5	5	5	25	5	3	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22	5	3	3	3	4	18	5	4	4	2	3	18
36	5	5	5	5	5	25	4	3	4	4	5	20	5	3	4	5	4	21	5	4	3	4	5	21	5	4	5	5	2	21
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24
38	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	3	5	21
39	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	3	5	23
40	5	5	5	4	4	23	5	3	2	5	5	20	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24	5	4	5	1	5	20
41	4	5	4	4	4	21	4	3	2	5	5	19	5	5	4	5	4	23	4	5	5	4	4	22	4	4	5	5	5	23
42	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	23	5	5	4	5	4	23	4	5	5	4	4	22	4	5	5	4	5	23
43	5	5	3	4	3	20	2	3	2	5	5	17	4	4	4	4	4	20	5	5	5	3	5	23	5	3	5	2	5	20
44	5	5	5	5	5	25	4	2	2	5	5	18	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	4	21
45	5	5	5	5	4	24	4	2	4	4	4	18	5	5	4	4	4	22	4	4	4	2	4	18	5	4	4	2	4	19
46	5	5	5	4	4	23	3	2	3	4	5	17	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	5	3	5	1	4	18
47	5	5	4	4	3	21	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22	4	3	4	5	5	21	5	4	3	4	5	21
48	4	4	4	4	2	18	4	3	2	4	4	17	4	4	5	5	3	21	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	2	17
49	4	4	4	4	3	19	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	19
50	5	4	5	5	5	24	4	2	2	5	4	17	5	4	4	4	2	19	4	5	5	4	5	23	5	4	5	2	5	21
51	2	2	1	3	3	11	5	3	4	5	5	22	4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	4	19	3	5	4	2	3	17
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	23
53	3	4	3	4	3	17	3	3	3	5	4	18	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	4	16	5	4	4	3	4	20
54	5	5	5	5	4	24	5	2	2	5	4	18	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
55	1	2	2	2	1	8	2	2	2	3	3	12	2	2	2	2	2	10	4	3	3	3	2	15	1	2	1	2	1	7

56	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	4	3	3	19
57	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	3	20	5	4	5	4	4	22
58	5	5	4	4	3	21	3	2	3	4	3	15	5	3	3	4	3	18	4	3	4	4	4	19	5	5	5	3	4	22
59	5	5	5	4	3	22	3	3	3	3	3	15	5	4	4	4	3	20	4	3	3	3	3	16	5	5	5	3	3	21
60	5	5	4	4	4	22	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	5	23	5	4	4	3	4	20	5	4	4	4	4	21
61	5	5	4	4	4	22	5	2	4	5	2	18	5	5	5	4	4	23	4	4	4	2	4	18	5	5	4	4	4	22
62	5	5	5	5	5	25	3	1	1	5	4	14	5	4	3	3	2	17	5	5	5	3	5	23	5	4	5	4	3	21
63	3	5	3	4	4	19	4	3	3	5	3	18	5	4	3	4	4	20	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	3	19
64	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	4	5	24	3	3	3	5	4	18	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
66	4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	3	20	5	5	4	3	5	22	5	4	5	3	5	22
67	3	3	3	4	3	16	3	3	3	5	5	19	4	4	4	4	3	19	3	4	3	4	4	18	3	3	4	3	4	17
68	4	5	3	5	4	21	3	2	3	5	5	18	5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	5	23	4	3	5	3	5	20
69	5	5	5	5	4	24	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	3	19	5	5	4	4	4	22	5	3	4	3	4	19
70	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	3	22	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23
71	4	5	3	3	4	19	4	3	3	5	3	18	5	4	4	4	3	20	4	5	4	2	4	19	4	5	4	3	4	20
72	4	4	3	3	4	18	4	5	4	5	3	21	4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	4	21	4	5	4	2	4	19
73	5	5	5	5	3	23	4	3	5	5	3	20	4	3	3	3	2	15	5	5	5	2	4	21	5	3	4	3	5	20
74	4	4	3	4	4	19	3	3	3	4	4	17	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19
75	5	5	3	4	3	20	2	2	2	5	5	16	5	5	5	5	2	22	5	2	5	4	5	21	5	2	4	2	3	16
76	5	5	3	5	5	23	5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	5	24
77	5	4	4	4	4	21	4	3	3	5	4	19	5	5	4	4	4	22	4	4	5	3	5	21	4	4	5	3	4	20
78	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	3	23	5	5	5	4	4	23	5	4	5	3	4	21
79	5	4	4	3	3	19	4	4	3	4	4	19	5	3	4	5	3	20	5	5	5	5	4	24	5	5	4	3	4	21
80	5	5	5	4	4	23	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	2	2	17
81	4	5	5	4	3	21	3	3	3	5	4	18	5	4	3	3	3	18	4	4	4	3	4	19	4	3	4	2	4	17
82	2	4	3	2	4	15	4	2	2	4	4	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	3	17
83	4	4	4	4	3	19	3	3	3	5	5	19	5	4	3	3	3	18	4	3	4	4	5	20	5	3	5	3	2	18
84	4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	2	19	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	3	21
85	5	5	3	5	5	23	5	3	3	5	3	19	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	4	22

86	4	5	4	4	5	22	2	2	3	4	5	16	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	5	25	4	2	5	2	3	16
87	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24	3	4	5	2	3	17
88	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24	3	4	5	2	3	17
89	5	5	4	4	5	23	5	4	3	5	4	21	5	4	4	4	4	21	5	5	4	2	4	20	4	3	5	3	5	20
90	4	5	3	4	3	19	4	3	2	5	2	16	5	4	3	3	2	17	5	5	5	3	2	20	5	3	4	3	3	18
91	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	3	19	5	4	4	3	3	19	4	4	5	4	2	19	5	5	4	4	4	22
92	4	5	3	5	5	22	5	4	3	5	3	20	3	3	4	4	2	16	5	5	5	4	3	22	5	5	5	2	4	21
93	4	4	4	5	4	21	4	2	4	5	4	19	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	5	21	5	4	5	2	2	18
94	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	5	23
95	5	5	4	5	5	24	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	3	21
96	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	3	21	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	3	21
97	5	5	5	5	5	25	5	2	3	5	4	19	5	5	5	5	4	24	5	4	4	3	4	20	5	5	5	4	5	24
98	4	4	3	4	3	18	3	3	3	5	3	17	5	5	4	4	3	21	4	3	3	3	3	16	4	4	3	2	2	15
99	5	5	5	5	4	24	4	3	3	3	5	18	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21	5	4	4	3	4	20
100	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	3	20	5	5	5	4	3	22	5	5	4	3	3	20	5	5	5	2	3	20
101	5	5	3	5	5	23	5	3	3	5	5	21	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	3	21
102	4	5	4	5	5	23	5	5	3	5	2	20	5	4	5	3	4	21	5	4	5	4	2	20	5	4	4	4	4	21
103	3	4	3	3	3	16	5	4	4	5	5	23	4	5	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22
104	4	5	3	4	4	20	4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	4	19	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
105	5	5	4	5	3	22	3	3	3	3	4	16	5	4	4	3	2	18	4	4	3	3	4	18	4	3	3	4	4	18
106	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	3	17	5	4	3	3	3	18	4	3	4	3	4	18	4	4	5	3	4	20
107	5	5	3	5	5	23	5	3	4	5	4	21	5	5	5	4	4	23	5	5	3	4	4	21	5	5	5	4	4	23
108	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	4	18
109	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	2	19	5	5	4	3	3	20	4	4	5	4	3	20	4	5	3	2	5	19
110	5	4	5	5	4	23	3	2	2	5	5	17	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	5	21	5	3	5	2	4	19
111	4	5	4	4	4	21	2	2	2	4	4	14	5	5	4	4	2	20	4	4	4	2	4	18	5	4	4	2	4	19
112	5	5	5	5	5	25	3	2	3	5	5	18	5	5	5	5	3	23	5	5	3	3	4	20	5	4	5	3	4	21
113	5	5	5	5	5	25	5	3	3	5	4	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	5	4	2	5	5	21
114	5	5	5	5	5	25	3	2	2	2	2	11	5	4	4	4	3	20	5	4	4	3	4	20	5	5	5	3	3	21
115	5	5	4	4	4	22	4	3	4	4	4	19	5	5	5	5	4	24	5	4	4	3	4	20	5	4	4	3	3	19

116	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	3	18	5	4	4	3	3	19
117	2	4	2	4	5	17	5	4	4	5	2	20	5	5	5	5	2	22	4	5	5	2	2	18	2	4	4	3	2	15
118	5	4	4	4	3	20	4	2	3	5	4	18	5	5	4	5	4	23	3	4	4	4	4	19	4	5	4	3	4	20
119	5	5	5	5	4	24	4	3	4	4	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	4	4	4	22	5	5	5	3	5	23
120	3	3	3	3	3	15	4	2	3	4	5	18	5	5	5	5	4	24	2	4	5	4	5	20	3	5	5	3	5	21

Lampiran 5

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

		halal1	halal2	halal3	halal4	halal5	tot halal
halal1	Pearson Correlation	1	,736**	,727**	,718**	,604**	,893**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
halal2	Pearson Correlation	,736**	1	,596**	,633**	,633**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
halal3	Pearson Correlation	,727**	,596**	1	,646**	,539**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
halal4	Pearson Correlation	,718**	,633**	,646**	1	,699**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
halal5	Pearson Correlation	,604**	,633**	,539**	,699**	1	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120
tot halal	Pearson Correlation	,893**	,833**	,833**	,866**	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,900	,904	5

Correlations

		price1	price2	price3	price4	price5	tot price
price1	Pearson Correlation	1	,388**	,441**	,138	-,171	,630**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,133	,062	,000
	N	120	120	120	120	120	120
price2	Pearson Correlation	,388**	1	,616**	,205*	-,163	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,025	,075	,000
	N	120	120	120	120	120	120
price3	Pearson Correlation	,441**	,616**	1	,147	-,105	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,109	,254	,000
	N	120	120	120	120	120	120
price4	Pearson Correlation	,138	,205*	,147	1	,221*	,536**
	Sig. (2-tailed)	,133	,025	,109		,015	,000
	N	120	120	120	120	120	120
price5	Pearson Correlation	-,171	-,163	-,105	,221*	1	,258**
	Sig. (2-tailed)	,062	,075	,254	,015		,004
	N	120	120	120	120	120	120
tot price	Pearson Correlation	,630**	,733**	,741**	,536**	,258**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,004	
	N	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,806	,801	5

Correlations

		store1	store2	store3	store4	store5	tot store
store1	Pearson Correlation	1	,535**	,381**	,383**	,225*	,612**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,013	,000
	N	120	120	120	120	120	120
store2	Pearson Correlation	,535**	1	,692**	,588**	,423**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
store3	Pearson Correlation	,381**	,692**	1	,696**	,452**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
store4	Pearson Correlation	,383**	,588**	,696**	1	,486**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
store5	Pearson Correlation	,225*	,423**	,452**	,486**	1	,715**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120
tot store	Pearson Correlation	,612**	,828**	,837**	,834**	,715**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,819	,825	5

Correlations

		brand1	brand2	brand3	brand4	brand5	tot brand
brand1	Pearson Correlation	1	,427**	,239**	,169	,053	,596**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,064	,564	,000
	N	120	120	120	120	120	120
brand2	Pearson Correlation	,427**	1	,468**	,204*	,122	,680**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,026	,184	,000
	N	120	120	120	120	120	120
brand3	Pearson Correlation	,239**	,468**	1	,364**	,217*	,699**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000		,000	,017	,000
	N	120	120	120	120	120	120
brand4	Pearson Correlation	,169	,204*	,364**	1	,360**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,064	,026	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
brand5	Pearson Correlation	,053	,122	,217*	,360**	1	,552**
	Sig. (2-tailed)	,564	,184	,017	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120
tot brand	Pearson Correlation	,596**	,680**	,699**	,672**	,552**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,635	,640	5

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	tot kptsan
y1	Pearson Correlation	1	,190*	,299**	,142	,162	,577**
	Sig. (2-tailed)		,038	,001	,122	,076	,000
	N	120	120	120	120	120	120
y2	Pearson Correlation	,190*	1	,253**	,396**	,112	,650**
	Sig. (2-tailed)	,038		,005	,000	,223	,000
	N	120	120	120	120	120	120
y3	Pearson Correlation	,299**	,253**	1	,082	,173	,549**
	Sig. (2-tailed)	,001	,005		,375	,058	,000
	N	120	120	120	120	120	120
y4	Pearson Correlation	,142	,396**	,082	1	,184*	,656**
	Sig. (2-tailed)	,122	,000	,375		,044	,000
	N	120	120	120	120	120	120
y5	Pearson Correlation	,162	,112	,173	,184*	1	,556**
	Sig. (2-tailed)	,076	,223	,058	,044		,000
	N	120	120	120	120	120	120
tot kptsan	Pearson Correlation	,577**	,650**	,549**	,656**	,556**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

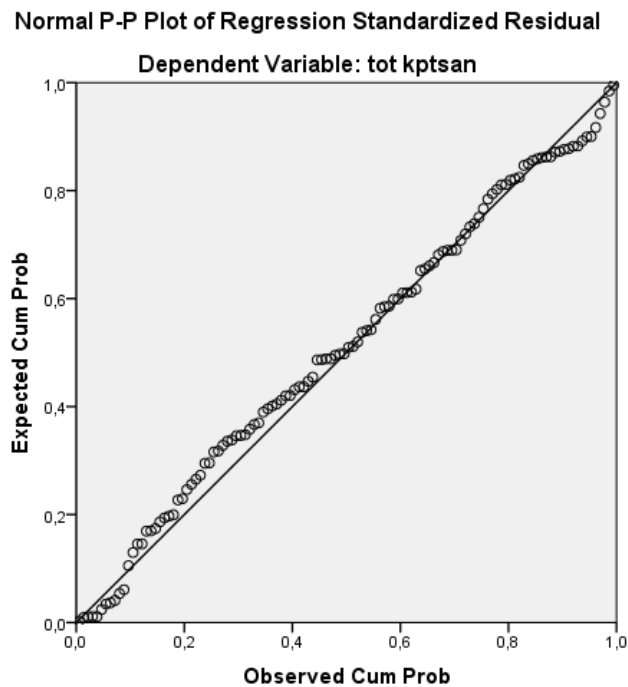
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,676	,672	5

Lampiran 6

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,99411565
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,063
	Positive	,054
	Negative	-,063
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

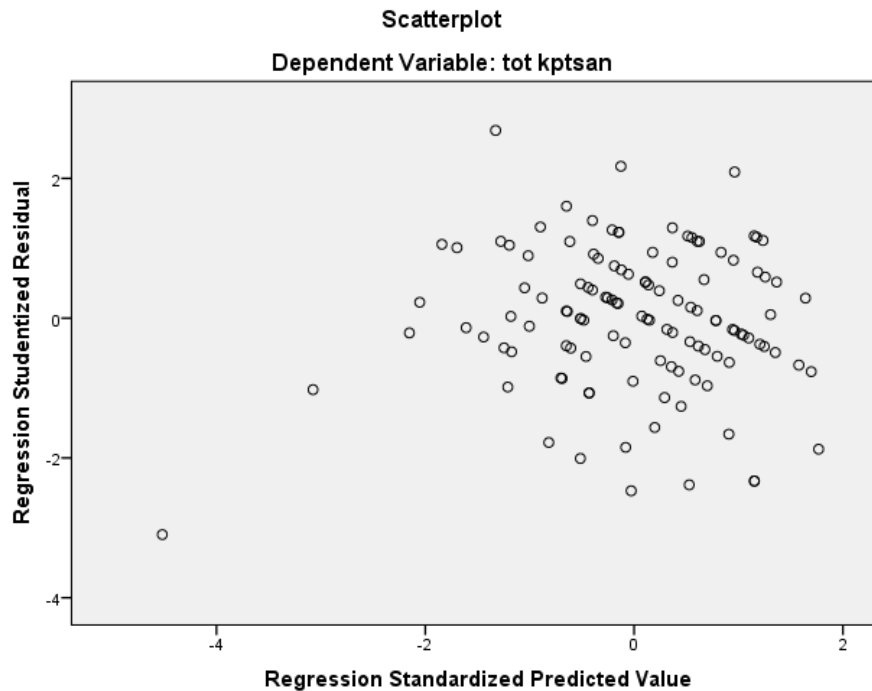
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,335	2,083		2,561	,012		
tot halal	,282	,060	,413	4,679	,000	,684	1,462
tot price	,115	,080	,115	1,439	,153	,840	1,190
tot store	,216	,075	,236	2,894	,005	,802	1,246
tot brand	,101	,097	,091	1,034	,303	,692	1,444

a. Dependent Variable: RES2

3. Uji Heterokedastisitas



4. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,335	2,083		2,561	,012
	tot halal	,282	,060	,413	4,679	,000
	tot price	,115	,080	,115	1,439	,153
	tot store	,216	,075	,236	2,894	,005
	tot brand	,101	,097	,091	1,034	,303

a. Dependent Variable: tot kptsan

5. Uji Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,367	2,0285

a. Predictors: (Constant), tot brand, tot price, tot store, tot halal

b. Dependent Variable: tot kptsan

6. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	300,122	4	75,030	18,234	,000 ^b
	Residual	473,203	115	4,115		
	Total	773,325	119			

a. Dependent Variable: tot kptsan

b. Predictors: (Constant), tot brand, tot price, tot store, tot halal

7. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,335	2,083		2,561	,012
	tot halal	,282	,060	,413	4,679	,000
	tot price	,115	,080	,115	1,439	,153
	tot store	,216	,075	,236	2,894	,005
	tot brand	,101	,097	,091	1,034	,303

a. Dependent Variable: tot kptsan

CURRICULUM VITAE

Nama : Tari Puji Astuti

Tempat Tanggal Lahir : Bantul, 04 November 1994

Jenia Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status : Belum Kawin

Pekerjaan : Mahasiswa

Golongan Darah : B

Alamat Asal : Banyuripan RT.01, Kenalan, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta, 55184

E-mail : taripujiastuti1@gmail.com

Telp/CP : 085728308988

Nama Ayah : Sarjiman

Nama Ibu : Ngatini



Riwayat Pendidikan :

- TK Wijaya Atmaja Bangen (1998 - 2000)
- SD N Bibis (2000 - 2006)
- SMP N 2 Kasihan (2006 - 2009)
- SMA N 2 Bantul (2009 - 2012)
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012 - sekarang)

Riwayat Organisasi :

- KSR PMI Unit VII UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Kine Klub Jama'ah Cinema Mahasiswa UIN Sunan kalijaga Yogyakarta
- Keluarga Mahasiswa Bantul
- BEM Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- PMII Rayon Asram Bangsa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Purna Prakarya Muda Indonesia D.I. Yogyakarta
- Tim Ekspedisi NKRI Koridor Kepulauan Nusa Tenggara 2015
- Duta Pemuda D.I.Yogyakarta Jambore Pemuda Indonesia Kepulauan Riau 2015

HASIL WAWANCARA

- 1) Narasumber : Ibu Marwati (Pemilik Warung Bakso Bethesda 74)
Ibu Sri Wahyuni (Pemilik Warung Bakso Telkom Utomo)
Ibu Risa (Pemilik Warung Bakso Pak To Joger)

Hasil Wawancara :

Pengurusan administrasi berkaitan dengan label halal MUI memang tergolong rumit dan panjang. Belum lagi, sertifikasi halal tersebut harus selalu diperpanjang setiap tahun. Biaya administrasi yang dikeluarkan juga tergolong lumayan. Hal tersebut mungkin membuat beberapa warung bakso di Kota Yogyakarta belum bersertifikat halal. Berkaitan dengan harga, sebenarnya harga dipatok tinggi dan lebih mahal dari rata-rata dikarenakan bahan dari penyuplai seperti daging memang sudah tinggi. Hal tersebut dikarenakan, warung bakso yang sudah bersertifikat halal MUI, dalam pengambilan daging dan berbagai macam bahan harus mengambil di depot daging/toko yang bersertifikat halal MUI pula. Realitasnya, karena perhitungan dari berbagai pengeluaran, apabila dihitung laba yang diperoleh sebenarnya sama dengan warung bakso yang lain.

Label halal MUI bukanlah semata-mata kebutuhan konsumen, sebagai produsen label halal MUI juga menjadi hal penting. Dengan menyajikan makanan yang sudah pasti halal, produsen tidak mempunyai beban moral ataupun yang lain terhadap konsumen. Diharapkan juga dengan cara mencari rezeki yang halal, akan berkah bagi dunia akhirat baik produsen ataupun konsumen. Untuk Bakso Bethesda 74, adanya label halal MUI juga sebagai jawaban/pembuktian bahwa memang bakso yang dijual benar benar halal dan tidak ada campuran bahan haram menurut Islam, karena dahulu pernah di-*issue*-kan demikian.

- 2) Narasumber : Dian Widyastuti (Mahasiswa, 24 tahun)

Hasil Wawancara :

Ia melakukan pembelian karena lokasi warung yang strategis dan dekat dengan kampus. Tempatnya juga nyaman. Kalau masalah harga sebenarnya lumayan mahal, porsinya juga sedikit apalagi kondisi lapar. Akan tetapi, kalau

punya keinginan beli-beli apa gitu termasuk bakso memang nyari yang sudah biasanya. Dari pada nyar-nyari lagi, repot dan lama juga.

3) Narasumber : Nur Rahmad (Karyawan Swasta, 28 tahun)

Hasil Wawancara :

Ia tertarik membeli bakso diwarung tersebut karena melihat label halal yang tercantum pada papan nama didepan warung bakso.

“Tadi dari kantor, terus kok pengen makan bakso. Nha, kebetulan lewat depan situ mbak. Tal lihat lihat kok berlabel halal. Karena penasaran yasudah mampir sekalian saja, gitu. Lagian saya memang suka nyoba-nyoba mbak kalau lewat warung bakso, biar nggak penasaran. hahaha ”
Ucapnya.

4) Narasumber : Umami Khabibah (Mahasiswa, 23 tahun)

Hasil Wawancara :

Ia yang tergolong pelanggan, melakukan pembelian karena rasa nyaman seperti kebersihan warung bakso tersebut, bukan didasarkan nama toko/mereknya. Walaupun mempunyai cabang dan rasanya persis, Ia lebih suka membeli di warung tempat biasa dia membeli bakso. Kalau ditempat cabang yang lain, suasananya itu terasa beda.

5) Narasumber : April Dita (Karyawan Swasta, 26 tahun)

Hasil Wawancara :

Ia membeli bakso di warung merek tertentu sesekali saja apabila pengen, itupun kalau memungkinkan. Tapi kalau belinya sering atau tiba-tiba pengen bakso ya kadang cari yang dekat, atau yang murah. Tidak harus di warung merek tertentu.

DOKUMENTASI

